

Internacionalización: **una nueva cultura empresarial**

María Fernanda Campo
Presidenta Ejecutiva
Septiembre 6 de 2007



Queremos compartir con Ustedes



**LA ESTRATEGIA REGIONAL PARA
PROMOVER LA
INTERNACIONALIZACION DE LAS
EMPRESAS
DE BOGOTA Y LA REGIÓN**

Nuestra Misión busca la proyección internacional.



Somos una institución de servicios, de carácter privado, sin ánimo de lucro, que promueve con proyección nacional e internacional, el mejoramiento de la competitividad de Bogotá y su Región, el desarrollo de la comunidad empresarial para la generación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida y el medio ambiente.

CONTEXTO DE LA CIUDAD - REGIÓN

Somos la primera economía del país

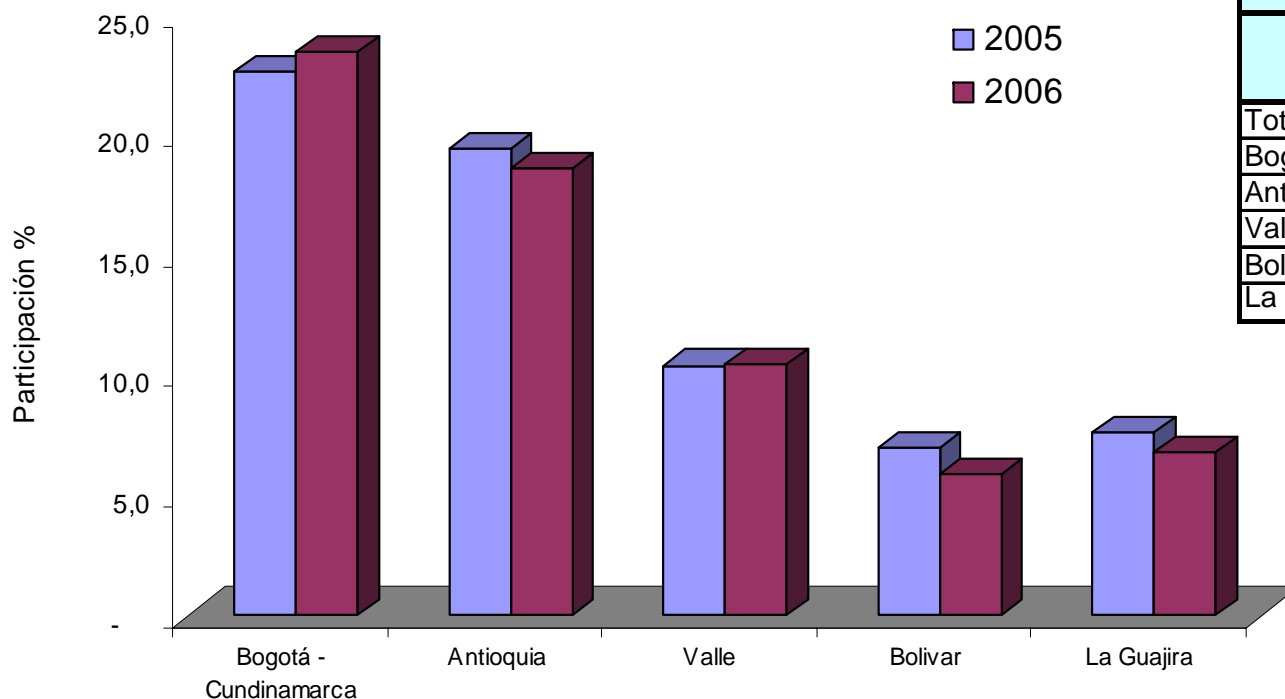


BOGOTA – REGION

- Genera casi el 30% de la producción nacional.
- Concentra cerca del 40% de las transacciones de comercio exterior de bienes.
- Centro de servicios del país.
- Principal centro empresarial



Somos la primera región exportadora de Colombia



Millones de US\$ FOB*			
DEPARTAMENTOS	2005	2006	Var %
Total Colombia	15.628	18.090	15,8
Bogotá - Cundinamarca	3.539	4.237	19,7
Antioquia	3.029	3.365	11,1
Valle	1.625	1.882	15,9
Bolívar	1.088	1.063	-2,3
La Guajira	1.186	1.231	3,8

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos del DANE.

p. Datos provisionales

* No incluye las exportaciones de café ni petróleo.

** No incluye las exportaciones de petróleo.

Hemos avanzado en el escalafón de competitividad



CIUDAD	PAÍS	Puesto 2007	Puesto 2006	Puesto 2005	Puesto 2004	Puesto 2003
Miami	EEUU	1	4	2	2	1
Santiago	Chile	1	2	1	1	3
Monterrey	México	3	3	4	4	4
Sao Paulo	Brasil	4	1	3	3	2
Buenos Aires	Argentina	5	9	10	11	9
Querétaro	México	6	13	-	-	-
Curitiba	Brasil	7	5	5	5	6
Guadalajara	México	8	6	7	7	7
C. de Panamá	Panamá	9	14	15	16	17
C. de México	México	10	7	6	6	5
Bogotá	Colombia	11	12	13	14	16
Puebla	México	12	18	19	19	18
Porto Alegre	Brasil	13	8	8	9	10
Lima	Perú	14	27	27	25	23
Belo Horizonte	Brasil	15	10	9	10	11
Chihuahua	México	16	20	-	-	-
Rio de Janeiro	Brasil	17	16	14	13	12
Montevideo	Uruguay	20	15	12	12	14
Brasilia	Brasil	23	11	11	8	8
Medellín	Colombia	25	34	-	-	-
Rosario	Argentina	26	19	18	22	24
San José	Costa Rica	30	17	16	17	13
Cali	Colombia	33	37	-	-	-
Quito	Ecuador	39	33	32	31	36
La Paz	Bolivia	41	41	-	-	-
Caracas	Venezuela	42	39	36	35	28



Por quinto año consecutivo, Bogotá avanzó en el **Escalafón de Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina** y mantuvo su posición de liderazgo frente a las capitales de la Región Andina.

Somos una plataforma para exportar a USA y América del Sur.



- Aeropuerto El Dorado:
 - 1° en Sur América por movimiento de carga (527 mil Ton./año)
 - 5° en Sur América por movimiento de pasajeros (9 millones)
- Estamos a 3 horas de Miami
- Una red de telecomunicaciones con tecnología de punta
- Se localizan 679 multinacionales
- Recurso humano calificado
- Facilidad para la creación de empresas
- Actitud hacia el emprendimiento.

Bogotá es una ciudad menos internacionalizada que México y Santiago de Chile según los indicadores de:

Exportaciones

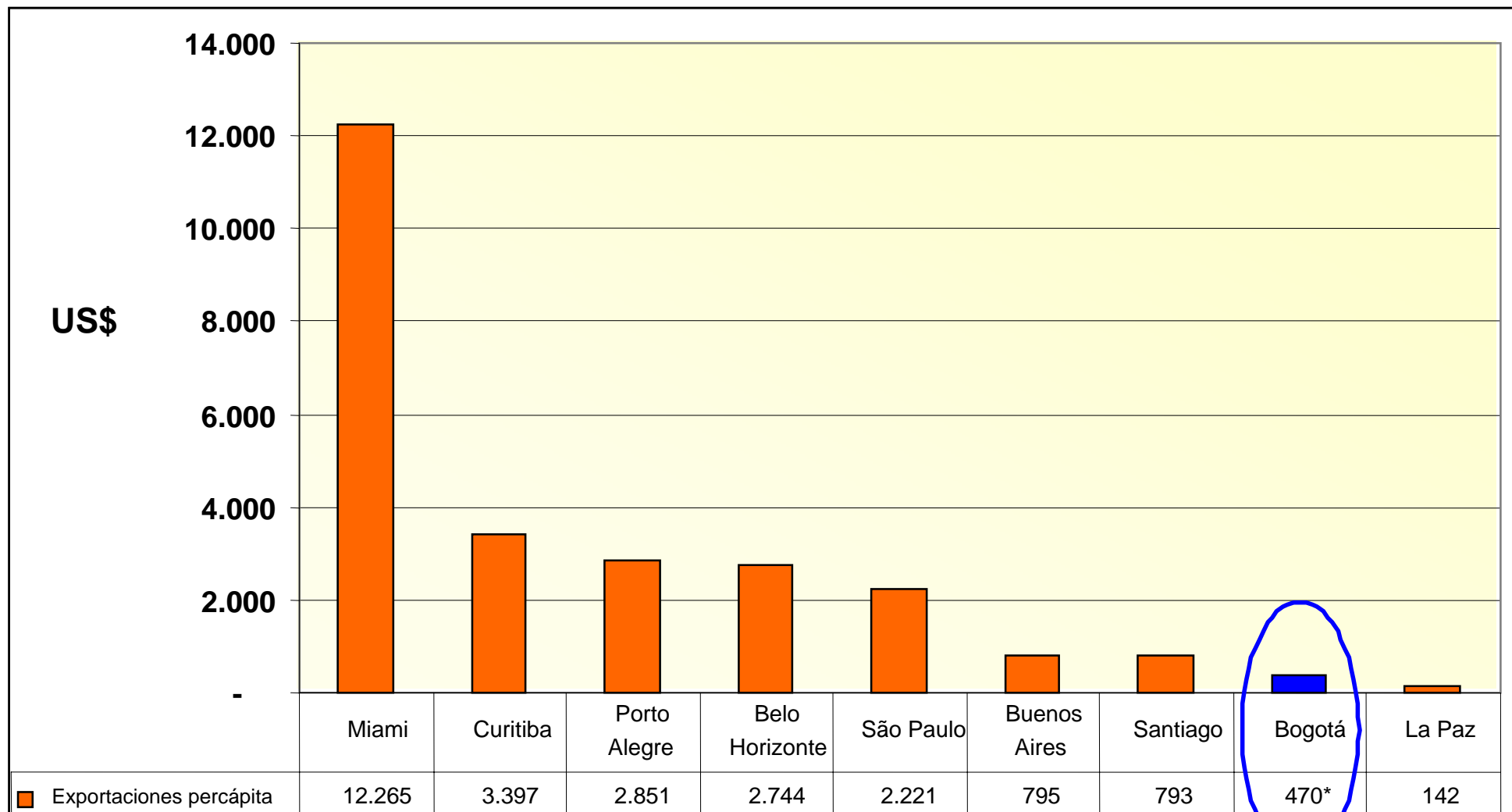
Acceso a mercados

Tratados Comerciales

Atracción de Inversión

Extranjera

Aumentando las exportaciones per cápita frente a otras ciudades de Latinoamérica



* Corresponde a Bogotá-Cundinamarca actualizado a 2006

Aprovechando el potencial de mercado disponible para crecer



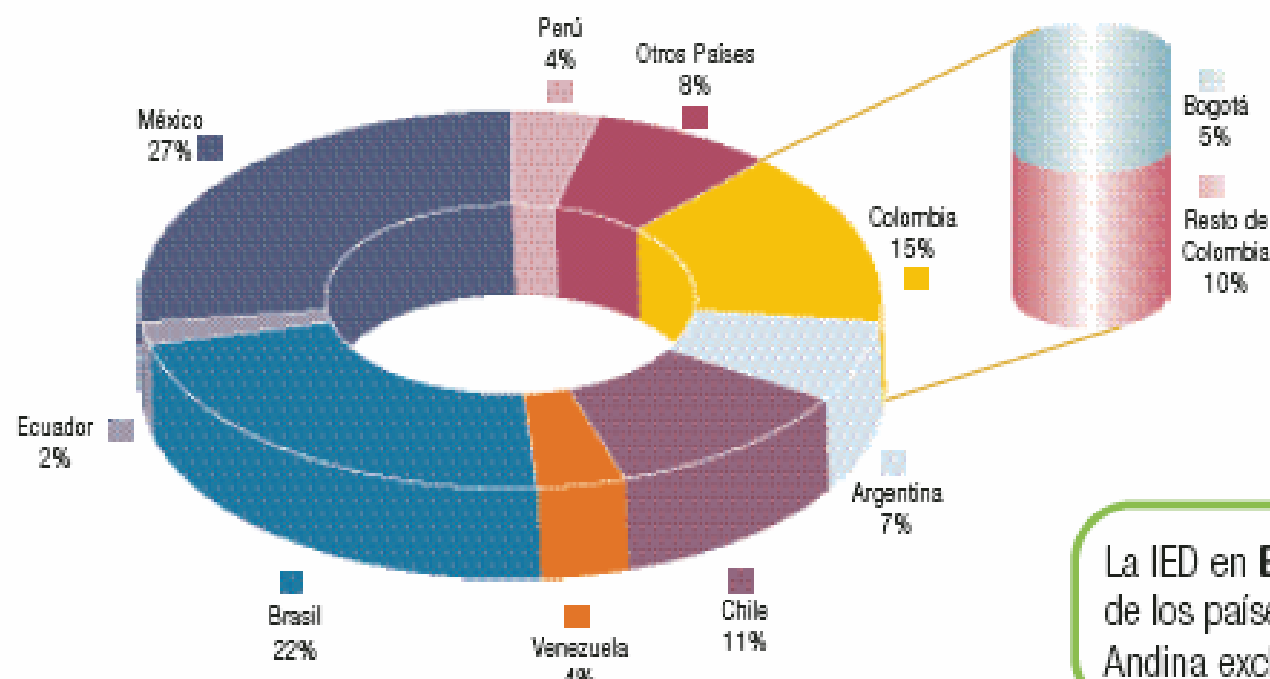
Bogotá tiene acceso potencial a un mercado de más de 700 millones de consumidores, en condiciones preferenciales:

ACUERDO	Millones de Personas
TLC Estados Unidos	296
CAN	123
MERCOSUR	216
TRIANGULO NORTE (Hond, El Salv y Guat)	26
G3 (México y Colombia)	106
Chile	16
TOTAL	783

En América Latina: México y Chile son los países con mayor número de acuerdos de libre comercio suscritos:

- MEXICO 12
- CHILE: 11

Incrementando los niveles de I.E.D.



Fuente: CEPAL. La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2005 y Banco de la República de Colombia, 2005.
Proceso Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.
* Entrada neta de capital.

Alcanzando flujos de IED similares a los de México, Brasil y Chile

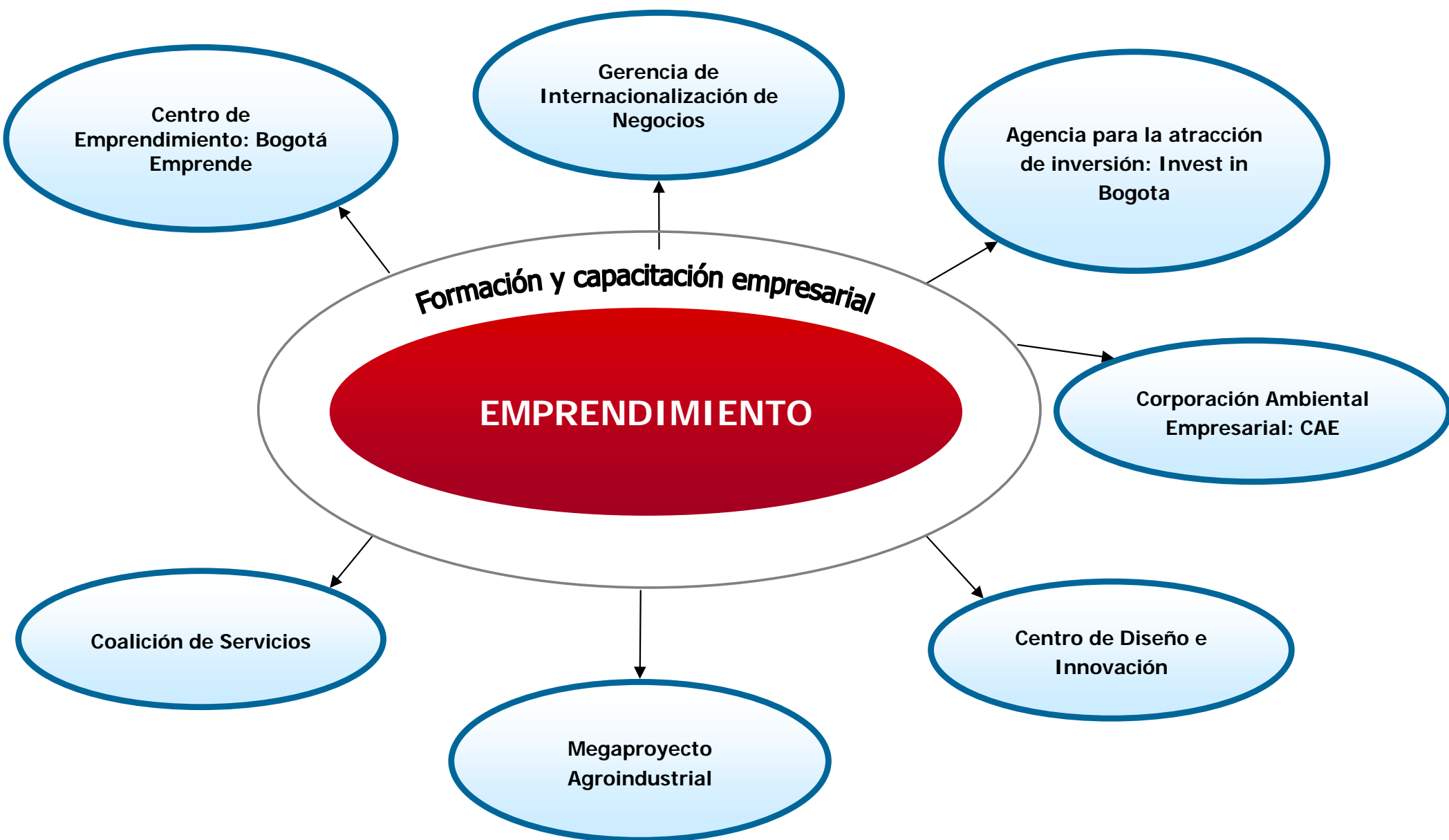
Enfrentando los retos de la globalización



- Las empresas compiten en un mercado abierto: menos barreras al intercambio comercial.
- El mercado local exige empresas con perfil para la competencia global.
- El cliente está demandando bienes y servicios nuevos o con valor agregado.
- Las alianzas estratégicas entre empresas de las cadenas de un mismo sector son fundamentales para acceder a los mercados.
- Conocer los mercados y el posicionamiento de las empresas, es punto de partida para un plan de internacionalización de la empresa.

ESTRATEGIA DE LA CCB PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Componentes de la Estrategia



1. Preparar a las empresas de Bogotá y la Región para que accedan a los mercados internacionales.
2. Aumentar el número de empresas que actualmente acceden a los mismos.
3. Incrementar el nivel de exportaciones.
4. Diversificar la oferta exportable.
5. Aportar nuevos modelos y figuras empresariales que faciliten la internacionalización.
6. Posicionar los productos y servicios competitivos de Bogotá y la Región a través de un esquema de “*promoción de empresas y productos*”.

Tutores

- Tutor Planeación Estratégica
- Tutor Mercadeo y Ventas
- Tutor Financiero
- Tutor Gestión Internacional

Asesoría Especializada

- Logística
- Diseño
- Empaques

Certificaciones de Calidad

- ISO 9000 – 14000
- OSHAS
- BASC
- BPM – BPA - EUREGAP

Es un Programa para apoyar la creación de una cultura de internacionalización con una metodología de autogestión del empresario para planear, implementar y monitorear un plan de negocios internacionales

Utilidad del Tutor de Gestión Internacional para las empresas



La experiencia del Centro Internacional de negocios, enseña que los empresarios inician el proceso de internacionalización de manera intuitiva y sin la certidumbre de lograr sus objetivos.

FACTORES QUE DETERMINAN LA DECISION	
Recurrió a la experiencia propia	53
Asistió a congresos y a ferias	48
Buscó información por Internet	47
Recurrió a Proexport	41
Investigó los beneficios legales	37
Buscó asesoría de profesionales	35
Buscó información sobre regulaciones legales	32
Hizo estrategias de ventas o comerciales	31
Realizó estudio e investigaciones del sector	30

PRINCIPALES PROBLEMAS EN EL PROCESO DE EXPORTAR	
Competencia desigual en precios/costos/especulación	36
Precios por encima del promedio de la competencia externa	34
Dificultad para identificar nichos de mercado	33
Problemas con los organismos reguladores	30
Falta de capital de trabajo	28
Desconocimiento de las necesidades del mercado extranjero	25

Beneficios para el empresario con el tutor de gestión internacional



- Evaluar el potencial de su empresa en los mercados internacionales.
- Conocer y entender los mercados internacionales que le interesan y adoptar decisiones acertadas de comercio exterior.
- Estructurar un plan internacional de negocios que le facilita posicionar su empresa como una de calidad mundial.

GRACIAS



**SOMOS LA CÁMARA
DE LA GENTE PARA LA GENTE**



CB
CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Por nuestra sociedad

www.ccb.org.co